

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DI PERUSAHAAN PEMBIAYAAN  
PT. MITSUI LEASING CABANG SURABAYA**

**TESIS**

**OLEH :**

**VERAWATI  
NIM : 8112405.025**



**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
MEI 2007**

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PERUSAHAAN  
PEMBIAYAAN PT. MITSUI LEASING CABANG SURABAYA**

**TESIS**

**Diajukan kepada**

**Universitas Katolik Widya Mandala**

**untuk memenuhi persyaratan**

**dalam menyelesaikan program Magister Manajemen**

**OLEH:**

**VERAWATI**

**NIM: 8112405.025**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**PROGRAM MAGISTER**

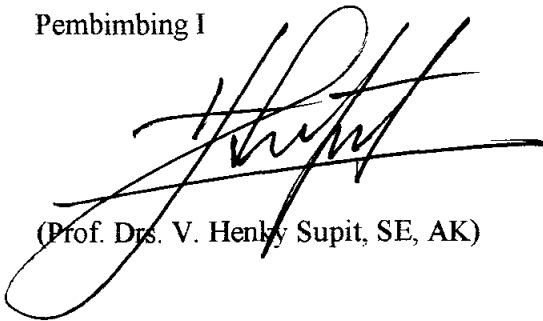
**MEI 2007**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS**

Tesis oleh Verawati ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 25 April 2007

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and strokes, positioned above the printed name.

(Prof. Drs. V. Henky Supit, SE, AK)

## PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS

Tesis ini telah diuji dan dinilai

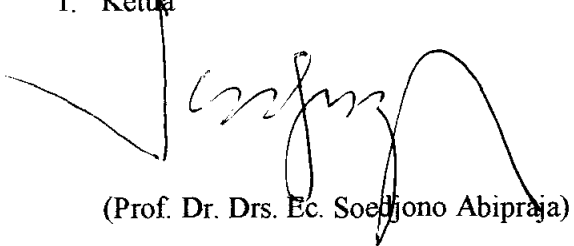
oleh Panitia Penguji pada

Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 3 bulan Mei tahun 2007

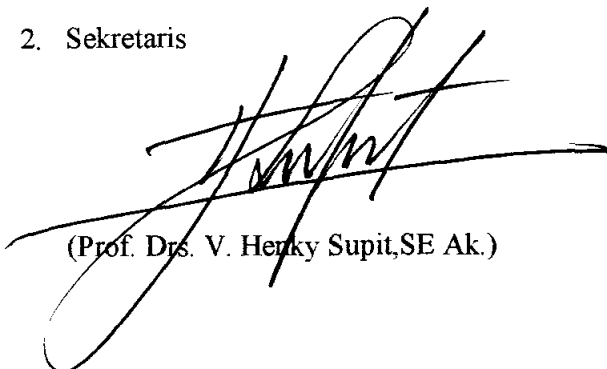
### Panitia Penguji

1. Ketua



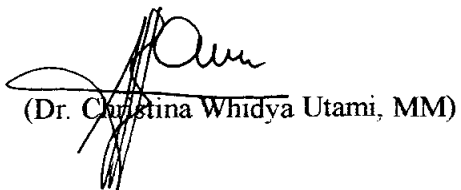
(Prof. Dr. Drs. Ec. Soedjono Abipraja)

2. Sekretaris



(Prof. Drs. V. Herky Supit, SE Ak.)

3. Anggota



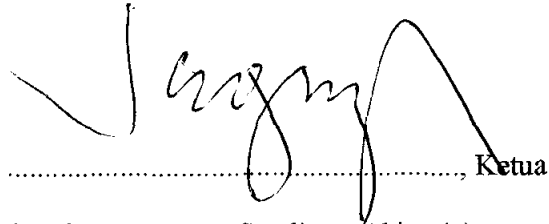
(Dr. Christina Widya Utami, MM)

## PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

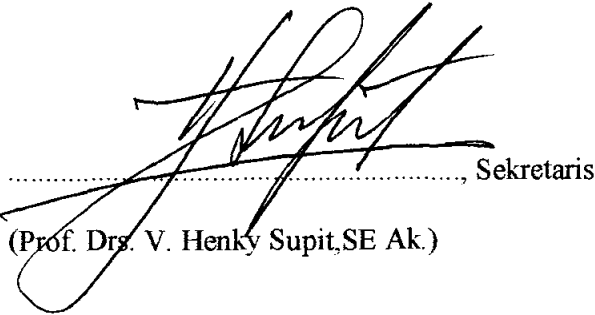
Tesis oleh Verawati ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal

3 Mei 2007

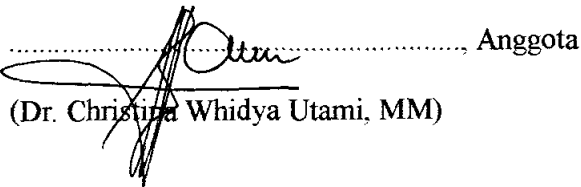
Dewan Penguji

  
....., Ketua

(Prof. Dr. Drs. Ec. Soedjono Abipraja)

  
....., Sekretaris

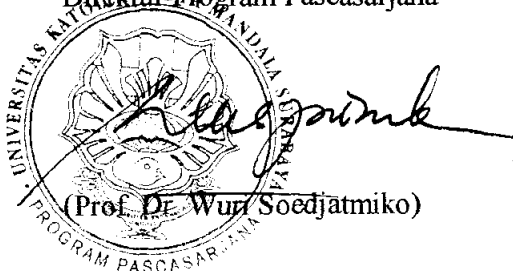
(Prof. Drs. V. Henky Supit, SE Ak.)

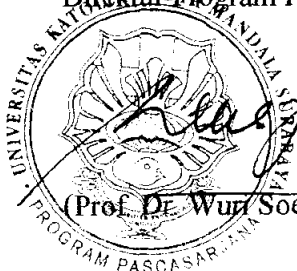
  
....., Anggota

(Dr. Christina Whidya Utami, MM)

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana

  
.....  
(Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko)



**UCAPAN TERIMA KASIH**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama, penulis ingin mengucapkan puji syukur yang sebesar-besarnya kepada Lao Mu dan Budha Maitreya atas kasih, berkat, dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Suatu kesempatan yang berharga bagi penulis dapat melanjutkan pendidikan Magister Manajemen di Unika Widya Mandala Surabaya dan dapat mengerjakan penelitian di PT. "X" untuk penyusunan tesis ini sehingga penulis berkesempatan dalam mengembangkan dan memperluas pola pikir, wawasan, dan pengetahuan.

Penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, pengarahan dan semangat dari berbagai pihak demi terselesaikannya tesis ini, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. J. S. Ami Soewandi, selaku rektor Unika Widya Mandala.
2. Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko, selaku direktur Program Pascasarjana.
3. Prof. Drs. V. Henky Supit, SE, AK., selaku pembimbing, sekretaris Dewan Penguji, dan dosen matakuliah Marketing Management yang telah memberikan dorongan, bimbingan, semangat, dan membantu penulis dalam proses pembuatan, perbaikan dan penyelesaian tesis ini.
4. Prof. Dr. Drs. Ec. Soedjono Abipraja, selaku ketua Dewan Penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan menyempurnakan susunan kalimat dalam tesis ini.

5. Dr. Christina Whidya Utami, MM, selaku anggota Dewan Penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan menyempurnakan penyelesaian tesis ini dengan baik.
6. Segenap dosen pengajar di Magister Manajemen Unika Widya Mandala Surabaya yang secara langsung dan tidak langsung telah memberikan masukan dan juga arahan bagi penulis dalam proses penyelesaian tesis ini.
7. Segenap staf administrasi dan perpustakaan program Pascasarjana Unika Widya Mandala yang secara tidak langsung memberikan dukungan bagi penulis dalam proses penyelesaian tesis ini.
8. Papa, Mama, Sudarmaji, ko Yoseph, sanak saudara, dan sanak keluarga yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama penulis menyelesaikan tesis ini.
9. Kekasihku, Bambang Sugiarto, yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat serta perhatian sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini dengan baik.
10. Bpk. Yudi, selaku kepala Personalia yang secara langsung dan tidak langsung telah memberikan masukan dan dukungan bagi penulis dalam penyelesaian tesis ini.
11. Ibu Lilyana , selaku General Manager dan Bpk. Gunawan, selaku kepala cabang Surabaya yang memberikan izin bagi peneliti melakukan penelitian di lingkungan perusahaan.
12. Para staf, karyawan, dan pimpinan perusahaan yang secara langsung dan tidak langsung telah membantu penulis dalam mengerjakan penelitian dan memberikan saran bagi perbaikan sistem di masa depan.



13. Andre Martin I, Dhian Aditya, Irwantoro, Mario, dan rekan-rekan kuliah S2 lainnya yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.

14. Rekan-rekan Vihara Dana Maitreya yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam penyelesaian tesis ini.

Selain orang-orang tersebut di atas, masih banyak lagi pihak yang memberikan dukungan yang tidak bisa penulis jelaskan satu persatu. Tanpa dukungan dan bantuan dari orang-orang tersebut, penulis tidak akan mampu menyelesaikan tesis ini. Penulis berharap tesis ini dapat menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi pembaca nantinya.

Surabaya, 25 Maret 2007

Penulis

## **ABSTRACT**

## **ABSTRACT**

The researcher is highly interested in many different opinions among some experts about the influence of service quality and customer satisfaction. Thus, the aims of the this research is to test the influence of service quality in establishing customer satisfaction.

This study use theoretical approach of service marketing management focusing on service quality to find solution the problems faced by PT. Mitsui Leasing, Surabaya Branch. This study is a quantitative survey. The independent variables are responsiveness, reliability, assurance, empathy, tangible, and the dependent variable is customer satisfaction. The statistical analysis uses multiple linear regression, and the statistic calculation is assisted by Excel and Minitab.

The finding of descriptive analysis show that the level of service quality of PT. Mitsui Leasing, Surabaya Branch both totally and per dimension of service quality was in "high" category. The results indicates that regressions coefficient of interaction in PT. Mitsui Leasing is positive and significant ( $P \leq 0,05$ ). The value of  $R^2$  as 0,9899. Based on the result of the study showed that each independent variable reliability, responsiveness, assurance, empathat simultaneously and significantly affect dependent variable customer satisfaction.

The result of study gave implication that in deciding the policy to improve customer satisfaction, The chief of PT. Mitsui Leasing, Surabaya Branch was hoped to pay attention to the service quality, because per dimensions of service quality influenced positively and significantly to the customer satisfaction.

**Keywords:** Service quality, Customer satisfaction

## **DAFTAR ISI**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS .....	iv
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vii
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB 1 PENDAHULUAN .....	 1
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
 BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	 9
2.1 Penelitian terdahulu.....	9
2.1.1 Penelitian Parasuraman, Zeithami dan Berry.....	9
2.1.2 Penelitian Cronin dan Taylor.....	10
2.2 Landasan Teori .....	11

2.2.1 Pengertian dan perspektif kualitas..	11
2.2.2 Definisi jasa..	14
2.2.3 Kualitas pelayanan.....	15
2.2.4 Dimensi kualitas pelayanan.....	16
<b>BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL .....</b>	<b>19</b>
3.1 Kerangka konseptual penelitian.....	19
3.2 Hipotesis.....	22
<b>BAB 4 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
4.1 Desain Penelitian .....	23
4.2 Populasi, Sampel dan teknik pengambilan sampel.....	24
4.2.1 Populasi.....	24
4.2.2 Sampel dan teknik pengambilan sampel.....	24
4.3 Identifikasi Variabel.....	26
4.4 Definisi Operasional.....	27
4.5 Jenis dan Sumber data.....	30
4.6 Pengukuran Data .....	30
4.7 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
4.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
4.7.2 Metode dan Teknik Analisis.....	32
<b>BAB 5 ANALISIS HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
5.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	37
5.2 Data Penelitian.....	38
5.2.1 Deskripsi Responden.....	39

5.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	46
5.3 <i>Descriptive Statics</i> .....	69
5.4 <i>Correlations</i> .....	70
5.5 Model Summary.....	71
5.6 Pengujian Hipotesis.....	71
5.6.1 Regresi Linear Berganda.....	71
5.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
5.6.3 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	75
5.6.4 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	76
5.6.5 Uji Hipotesis.....	76
5.6.6 Uji Asumsi Regresi Berganda Multikolinieritas.....	81
5.6.7 Uji Asumsi Regresi Berganda Heterokedastisitas.....	82
5.6.8 Uji Asumsi Regresi Berganda Normalitas.....	83
5.6.9 Uji Asumsi Regresi Berganda Autokorelasi.....	85
 BAB 6 PEMBAHASAN .....	 88
6.1 Temuan Analisis Deskriptif.....	88
 BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN .....	 92
7.1 Simpulan .....	92
7.2 Saran .....	94
 DAFTAR KEPUSTAKAAN .....	 96
 LAMPIRAN.....	 100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Kerangka Konseptual pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan.....	21
3.1 Kerangka Konseptual pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan.....	21
5.1 F test.....	76
5.2 t – test.....	77
5.3 Pengujian Hipotesis <i>Reliability</i> .....	78
5.4 Pengujian Hipotesis <i>Responsiveness</i> .....	79
5.5 Pengujian Hipotesis <i>Assurance</i> .....	80
5.6 Pengujian Hipotesis <i>Emphaty</i> .....	80
5.7 <i>Residual Versus the fitted Values</i> .....	83
5.8 <i>Normal Probability Plot</i> .....	84
5.9 <i>Anderson Darling Normality test</i> .....	85
5.10 <i>I Chart of Residuals</i> .....	86



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
5.1 Deskripsi responden berdasarkan umur dan jenis kelamin.....	39
5.2 Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	40
5.3 Deskripsi responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	41
5.4 Deskripsi responden berdasarkan perusahaan pembiayaan .....	43
5.5 Deskripsi responden berdasarkan pihak yang memberi saran.....	44
5.6 Deskripsi responden berdasarkan alasan memilih PT. Mitsui.....	45
5.7 Kestrategisan lokasi gedung PT. Mitsui.....	47
5.8 Tampilan fisik PT. Mitsui.....	48
5.9 Penampilan dan kerapihan karyawan.....	49
5.10 Kelengkapan Peralatan dan Teknologi <i>On-line system</i> .....	50
5.11 Ketersediaan buku-buku petunjuk untuk pelayanan.....	50
5.12 Ketepatan pemenuhan janji PT. Mitsui.....	52
5.13 Pemberian informasi yang akurat.....	52
5.14 Ketepatan perhitungan bunga di PT. Mitsui.....	53
5.15 Ketepatan pencatatan setiap angsuran .....	54
5.16 Kesiediaan dan kesiapan karyawan untuk melayani pelanggan.....	55
5.17 Kecepatan dan Ketepatan pelayanan karyawan.....	56
5.18 Kecepatan menangani keluhan dan kebutuhan pelanggan.....	57
5.19 Kecepatan pengiriman dokumen.....	58
5.20 Keyakinan cara kerja karyawan PT. Mitsui.....	59
5.21 Kejujuran dan keterbukaan pimpinan PT. Mitsui.....	60

5.22 Kesopanan dan keramahan karyawan PT. Mitsui.....	61
5.23 Ketrampilan kerja dan penyelesaian tugas.....	62
5.24 Pengetahuan dan Kemampuan Karyawan.....	63
5.25 Kemampuan PT. Mitsui menciptakan perasaan dibutuhkan .....	64
5.26 Kemampuan karyawan untuk mengenal setiap pelanggan.....	64
5.27 Pemberian perhatian personal karyawan.....	65
5.28 Kemudahan membantu dan menghubungi karyawan .....	66
5.29 Kepuasan pelanggan terhdap kinerja karyawan.....	67
5.30 Kepuasan pelanggan pada harga yang ditetapkan.....	68
5.31 <i>Descriptive Statics</i> .....	69
5.32 <i>Correlations</i> .....	70
5.33 Hasil perhitungan regresi berganda.....	71
5.34 <i>Analysis of Variance</i> .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuesioner.....	100
2 Data Kuesioner.....	106
3 F Tabel.....	108
4 t Tabel.....	110